

MEMPERKENALKAN PARIWISATA BUDAYA DAN HERITAGE KEPADA GENERASI MUDA MELALUI VIRTUAL TOUR KE PULAU PENYENGAT

Irwan¹, Ute Lies Khadijah², Rusdin Tahir³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran, Indonesia

e-mail: irwan19003@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Kondisi pandemic yang melanda Indonesia yang memaksa masyarakat untuk tetap berada dirumah demi mencegah penyebaran virus corona dimanfaatkan oleh sekelompok masyarakat untuk berkegiatan untuk mengatasi rasa bosan. Wisata virtual ke Pulau Penyengat yang merupakan destinasi pariwisata budaya dan heritage yang diadakan oleh Outing.id diikuti oleh 32 orang wisatawan virtual yang 22 orangnya merupakan peserta yang berusia 21 – 40 tahun yang lazim dikenal dengan generasi millennial. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengambilan data menggunakan metode survei dengan pedekatan purposive sampling, peneliti bertujuan ingin mengetahui karakteristik dan motivasi para millennial dalam mengikuti virtual tour wisata budaya dan heritage ke Pulau Penyengat di Provinsi Kepulauan Riau. Hasilnya para peserta millennial yang mengikuti kegiatan ini didorong karena rasa ingin tahu terhadap destinasi pariwisata yang disajikan secara daring dalam bentuk *virtual tour* melalui aplikasi *video conference*.

Kata Kunci: Pariwisata Budaya dan Heritage; Wisata Virtual; Wisata Millennial; Pulau Penyengat.

Abstract

The pandemic conditions that hit Indonesia forced people to stay at home to prevent the spread of the corona virus, were used by some people to do activities to overcome boredom. A virtual tour to Penyengat Island, which is a cultural and heritage tourism destination held by Outing, id, was attended by 32 virtual tourists, 22 of whom are participants aged 21-40 years, commonly known as the millennial generation. By using descriptive qualitative research methods with data collection using a survey method with a purposive sampling approach, the researcher aims to find out the characteristics and motivations of millennials in taking a virtual tour of cultural and heritage tourism to Penyengat Island in Riau Islands Province. As a result, the millennial participants who took part in this activity were encouraged because of their curiosity about tourism destinations that presented online in the form of virtual tour through video conference application.

Keywords: Cultural Heritage Tourism; Virtual Tour; Millennial Tourism; Penyengat Island.

PENDAHULUAN

Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) menyatakan bahwa pariwisata budaya atau *cultural tourism* (termasuk juga *heritage tourism* yang memiliki peranan besar didalamnya) mewakili antara 35–40% dari semua pariwisata di seluruh dunia dan mengalami pertumbuhan sekitar 15% per tahun (UNWTO, 2013). Angka ini menunjukkan bahwa cultural tourism memiliki laju pertumbuhan sebesar tiga kali lebih banyak dibandingkan dengan jenis pariwisata secara umum lainnya (Orbaslı & Woodward., 2009; Richards, 2013).

Pertumbuhan ini tidak terlepas dari peranan generasi muda atau generasi millennial yang menjadikan *traveling* sebagai gaya hidup atau *way of life* mereka. Generasi Millennial adalah sebutan yang lazim digunakan untuk kelompok

masyarakat yang terlahir pada tahun 1982 hingga tahun 2004 (Moore, 2012). Istilah generasi millennial pada awalnya populer digunakan di negara Amerika Serikat yang selanjutnya menjadi tren dan digunakan pula oleh negara-negara lain.

Di Indonesia sendiri jumlah generasi millennial cukup signifikan. IDN Research Institute melakukan penelitian pada tahun 2019 dan mengelompokkan generasi millennial menjadi dua kelompok yaitu *Junior Millennial* dan *Senior Millennial* (Utomo dkk. 2019). *Junior Millennial* adalah mereka yang lahir pada tahun 1991-1998 sementara *Senior Millennial* adalah mereka yang lahir di antara tahun 1983-1990. Utomo dkk. (2019) mengungkapkan bahwa menurut kelompok umur, penduduk Millennial berusia 20-35 mencapai 24 %, yaitu 63,4 juta dari penduduk kategori usia produktif (14-64

tahun) yang jumlahnya adalah 179,1 juta jiwa (67,6 %). Generasi millennial akan menjadi tumpuan dan menentukan wajah Indonesia di masa depan.

Kegiatan wisata yang dilakukan oleh generasi muda dikenal juga dengan istilah *Youth Tourism*. Perjalanan kaum muda (*youth travel*) juga menjadi segmen penting bagi industri pariwisata secara global dan telah mendorong perkembangan ceruk pasar baru di berbagai bidang di antaranya adalah wisata edukasi (UNWTO, 2008). Sekjen UNWTO, Taleb Rifai memperkirakan sebanyak lebih dari 23% wisatawan internasional berusia antara 15 sampai 29 tahun. Pada akhir tahun 2020, diperkirakan sekitar 370 juta wisatawan muda ini akan melakukan perjalanan wisata (WYSETC, 2016). Fakta ini yang menjadikan generasi muda memiliki peranan penting dalam perkembangan pariwisata.

Namun kondisi pandemic Virus Corona Covid-19 yang telah melanda secara global di dunia termasuk di Indonesia telah mempengaruhi sector pariwisata secara signifikan. Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan oleh pemerintah memiliki dampak yang luar biasa. Tidak hanya berdampak pada para pelaku wisata, wisatawanpun terpaksa menahan diri untuk tidak melakukan kegiatan wisata demi mengendalikan penyebaran virus ini. Berbagai macam kegiatan yang bisa dilakukan dirumah tiba-tiba menjadi sesuatu yang harus dilakukan untuk menghindarkan diri dari kecemasan dan kebosanan.

Salah satu alternatif kegiatan yang dilakukan oleh generasi millennial dimasa pandemic adalah dengan mengikuti kegiatan virtual tur. *Virtual Tour* atau tur yang dilakukan secara virtual adalah simulasi perjalanan dari dan menuju destinasi pariwisata. *Virtual tour* biasanya terdiri dari urutan video 360 atau serangkaian gambar diam (Cho dkk. 2002). *Virtual tour* juga dapat menggunakan unsur multimedia lainnya untuk mendukung penayangan *virtual tour* tersebut seperti efek suara, musik, narasi, dan teks (Jan dkk. 2009) yang bisa kita saksikan langsung melalui perangkat *mobile phone* masing-masing. Transformasi digital yang berada disekitar kita telah menciptakan peluang bagi beragam

industry untuk berkembang termasuk peningkatan pengalaman berwisata walaupun biaya penggunaan dalam hal penggunaan internet serta aplikasi dianggap bisa memberatkan (tom Dieck & Jung, 2018).

Kegiatan wisata virtual ke Pulau Penyengat yang digelar oleh Outing.id, sebuah perusahaan rintisan *educational & experiential travel platform* yang bergerak dibidang penyedia kegiatan wisata edukasi ini bertujuan untuk menumbuhkembangkan minat masyarakat Indonesia terutama generasi muda terhadap ragam budaya dan peninggalan sejarah yang ada di Pulau Penyengat. Pulau ini memang mempunyai peranan penting dalam perkembangan bahasa Melayu hingga sekarang menjadi bahasa Indonesia (Khairunnas & Harun, 2015). Bahkan Khairunnas & Harun menambahkan dalam penelitiannya bahwa pada masa jayanya kerajaan Lingga, bahasa Melayu menjadi bahasa standar yang sejajar dengan bahasabahasa besar dunia lainnya yang kaya akan kesusastraan dan memiliki kamus bahasa.

Tidak hanya menjadi peluang baru bagi palaku usaha pariwisata dimasa *New Normal*, bagi Outing.id, kegiatan wisata virtual ini diharapkan akan banyak diminati oleh generasi millennial yang selalu ingin mencari pengalaman baru dan juga sebagai pengobat kerinduan dan keinginan berwisata. Wisata virtual menjadi motivasi dan semangat bagi sebagian masyarakat untuk selalu menjaga kondisi kesehatan agar dapat berwisata ketika kondisi sudah kembali normal.



Gambar 1. Flyer Virtual Tour Pulau Penyengat
Sumber:

<https://www.instagram.com/outing.id/>

Motivasi menjadi elemen penting apabila dihubungkan dengan pariwisata pada masyarakat modern. Menurut Park & Yoon (2009) motivasi terkait dengan sejumlah kebutuhan yang mendorong seseorang untuk mau berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata. Berdasarkan rilis yang diterima oleh Kompas.com, Mozilla melakukan survei terhadap 501 responden millennial yang berdomisili di Jabodetabek. Dari survei tersebut didapatkan hasil bahwa Separuh responden mengatakan keunikan suatu destinasi wisata menjadi pertimbangan yang penting dalam memilih tempat tujuan. Generasi milenial lebih suka menjelajahi satu kota dan budaya lokal yang ada di dalamnya secara mendalam (Aditya, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa wisata budaya juga menjadi varian yang diminati oleh generasi millennial. Memperkenalkan wisata budaya dan heritage menjadi hal yang penting untuk menghindari sikap apatis masyarakat lokal terhadap warisan budaya dan kurangnya apresiasi heritage khususnya pada generasi muda (Van Der Merwe, 2016).

Pariwisata budaya dan heritage memiliki keterkaitan yang erat diantara keduanya, baik itu wisata budaya maupun wisata heritage yang dikenal juga dengan istilah wisata pusaka atau warisan. Richards dalam presentasinya di *Conference on Sustainable Tourism Development in the Wadden Sea Region* mengatakan bahwa wisata budaya tidak hanya sekedar mengunjungi situs dan monumen yang cenderung merupakan pandangan 'tradisional' dari wisata budaya, tetapi juga melibatkan cara hidup pada suatu daerah yang kita kunjungi. Kedua aktivitas ini melibatkan pengumpulan pengetahuan dan pengalaman baru (Richards, 1999). Oleh karena itu Richards menambahkan bahwa pariwisata budaya dapat didefinisikan sebagai: "Pergerakan orang ke atraksi budaya yang jauh dari tempat tinggal normal mereka, dengan maksud untuk mengumpulkan informasi dan pengalaman baru untuk memenuhi kebutuhan budaya mereka.

Dari definisi konseptual ini, pariwisata budaya tidak hanya mencakup konsumsi produk budaya masa lalu, tetapi juga budaya kontemporer atau 'cara hidup' suatu masyarakat atau wilayah. Karenanya, Richards

melanjutkan dalam penelitiannya bahwa pariwisata budaya dapat dilihat sebagai cakupan keduanya, baik itu "*heritage tourism*" (terkait dengan peninggalan atau artefak masa lalu) dan juga "*art tourism*" (terkait dengan produksi budaya kontemporer).

Telah banyak penelitian terdahulu yang berusaha mendefinisikan dan mengkaitkan hubungan antara wisata budaya dengan wisata heritage (Jiang & Homsey, 2008; Smith, 2015; Timothy, 2011). Namun penelitian terkini yang dilakukan oleh Sangchumnon & Kozak (2018) mendefinisikan dalam konteks wisata budaya dan heritage sebagai berwisata atau mengunjungi tempat atau komunitas yang kaya akan corak unik yang merepresentasikan cara hidup masyarakat yang tinggal di daerah tersebut dan yang meliputi baik sumber daya yang berwujud maupun tidak berwujud (*tangible and intangible resources*).

Kegiatan virtual tour dapat dijadikan sarana untuk menumbuhkan minat kunjung bagi para wisatawan terutama para geerasi muda ke destinasi pariwisata setelah pandemic ini mereda dan masyarakat bisa kembali berwisata. Untuk itu berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini dibuat bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya memperkenalkan pariwisata budaya dan heritage kepada generasi muda melalui kegiatan wisata virtual ke Pulau Penyengat di Provinsi Kepulauan Riau.

METODE

Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu bulan Juni hingga bulan Oktober 2020. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dianggap mampu menggali pemaknaan secara lebih mendalam terhadap fenomena yang sedang terjadi (Creswell, 2019). Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bersifat atau memiliki karakteristik. Bahwa, data yang ada dinyatakan dalam keadaan yang sewajarnya atau sebagaimana adanya yang sesuai dengan arah dan tujuan dari penelitian (Sadq dkk. 2019).

Data primer didapatkan dari kuesioner yang diambil dari peserta *virtual tour*. Penyebaran kuesioner menggunakan tautan digital dalam bentuk google form yang diberikan kepada peserta yang mengikuti kegiatan *virtual tour* ke

Pulau Penyengat yang diadakan oleh Outing.id. Sementara data sekunder didapatkan dari kajian berupa jurnal, buku serta informasi lainnya yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 32 responden. Teknik Triangulasi Data dilakukan sebagai pengembangan validitas data. Peneliti membandingkan data-data yang telah diperoleh dari penggunaan teknik yang memiliki sumber data berbeda tersebut. Selanjutnya didapat hasil yang lebih terpercaya dan dapat teruji kebenarannya. Namun untuk menjaga keabsahan data yang diteliti, peneliti hanya mengambil data dari 22 orang responden yang tergolong dalam kategori usia millennial yaitu usia 21 – 40 tahun dengan menggunakan teknis *purposive sampling method*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pulau Penyengat

Pulau penyengat adalah sebuah pulau yang berada di Provinsi Kepulauan Riau. Luasnya yang tidak sampai 2 km membuat Pulau Penyengat bisa dijelajahi hanya dengan berjalan kaki. Kendati mungil, Kerajaan Melayu Riau-Lingga pernah membangun ibu kota di sini.

Tercatat setidaknya terdapat 46 peninggalan cagar budaya yang ada di Pulau Penyengat. Ada yang masih utuh, tapi ada pula yang hanya pondasi atau dinding. Seperti Masjid Raya Sultan Riau, Istana Raja Ali Yang Dipertuan Muda VIII, perigi atau sumur, dan Benteng Bukit Kursi, serta bekas dermaga kuno, hanyalah beberapa bangunan sisa peninggalan yang terdapat di pulau ini.

Pola perjalanan wisata virtual Pulau Penyengat dibuat seperti aslinya atau secara aktual jika melakukan wisata selama 2 hari 1 malam ke Pulau Penyengat. Dimulai dari kedatangan di Bandara Raja Haji Fisabilillah, peserta di jemput oleh seorang *virtual guide* dan akan diajak makan siang di Rumah Makan Sei Enam untuk mengetahui makanan apa saja yang bisa kita santap jika kita berencana melakukan wisata kuliner di kota Tanjung Pinang. Setelah makan siang kita langsung disambut oleh Kepala Dinas Pariwisata Kota Tanjung Pinang di Gedung Gonggong sebagai wujud apresiasi karena mau mengunjungi

Pulau Penyengat di masa pandemic walaupun dalam kondisi pandemic. Setelah itu peserta virtual tour langsung berangkat menuju ke Pelabuhan untuk bertolak ke Pulau Penyengat. Di Pulau Penyengat peserta akan disajikan beberapa aktivitas yang merupakan produk pariwisata Pulau Penyengat. Aktivitas yang akan dikunjungi secara virtual selama di Pulau Penyengat diantaranya:

Tur Masjid Raya Sultan Riau

Kunjungan ke Pulau Penyengat diawali dengan tur interpretif singkat di Masjid Raya Sultan Riau, bangunan bersejarah terpenting di Pulau Penyengat. Masjid ini adalah representasi kepercayaan diri insan negeri Melayu di lintas jalur perdagangan Internasional. Kualitas yang menjadikannya bandar penting di abad ke 19.

Tur sejarah Pulau Penyengat

Setelah dari masjid, para wisatawan virtual akan dibawa kembali ke masa lebih dari 200 tahun lalu. Dengan menunjukkan gambar sudut jalan dan bangunan-bangunan bersejarah sisa kejayaan di Pulau Penyengat dengan menggunakan Google Street View, pemandu wisata virtual memperkenalkan beragam peran Pulau Penyengat bagi kerajaan Riau-Lingga-Johor-Pahang, Lingga-Riau, dan Riau-Lingga sepanjang rentan waktu 130 tahun.

Tur Literatur

Tur virtual dilanjutkan dengan mendengarkan kisah lahirnya ragam karya cindekia Pulau Penyengat di masa lalu. Karya-karya besar yang tertoreh dalam sejarah Indonesia dan Dunia dibacakan dalam bentuk pantun. Dalam kesempatan ini dibacakan juga Gurindam 12 yang menjadi legenda sejarah Bahasa Indonesia. Belum kenal Penyengat, bila belum merasakan Gurindam 12. Diturunkan dari ajaran agama islam, dan gubah di Pulau ini 1,5 abad yang lalu, ke duabelas pasal nasihat hidup tersebut universal, dan tetap relevan. Peserta virtual tur diajak merasakan sebuah pengalaman yang diharapkan dapat merefleksikan kembali nilai nilai dalam kehidupan.

Pengalaman Membuat Tanjak dan Kelas Memasak

Pemandu virtual menginformasikan kepada peserta untuk membaca lebih jauh identitas bangsa Melayu yang dilihat melalui penutup

kepala kaum prianya. Penutup kepala ini merupakan simbol penghormatan kepada tanah yang dipijak. Tanjak bukan hanya penanda negeri asal, namun juga harkat, dan martabat serta pemakainya. Dalam kegiatan ini, peserta ditunjukkan cara menggunakan Tanjak, penutup kepala tradisional khas melayu. Setelah itu peserta diajak untuk mempelajari teknik sederhana mengubah beragam bahan masakan eksotik yang diolah menjadi sebungkus nasi penuh aroma ditambah dengan segelas minuman penuh cita rasa.

Setelah menjelajahi Pulau Penyengat secara virtual, peserta dibawa untuk singgah melihat kondisi homestay dan penginapan yang terdapat di Pulau Penyengat. Hal ini perlu dilakukan agar wisatawan nantinya mengetahui akomodasi apa saja yang bisa dijadikan alternatif wisatawan untuk menginap di Pulau Penyengat nantinya.

Keesoakan harinya setelah menginap (scenario yang dibuat dalam wisata virtual), para peserta dibawa Kembali menyeberang ke tanjung pinang dan mengunjungi Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah yang memiliki peran didalam perjanjian antara Melayu Riau Lingga dengan Melayu Bugis. Didalam museum ini kita bisa melihat benda-benda peninggalan kejayaan Kerajaan Melayu dan mengetahui lintasan sejarah budaya Melayu secara gambalang yang disajikan dalam bentuk gambar-gambar.

Destinasi terakhir yang kita kunjungi secara virtual sebelum kembali ke Bandara Raja Haji Fisabilillah adalah mengunjungi Kedai Kopi Sekanak, kedai kopi lokal yang melegenda karena bahan kopinya konon dicampur dengan bahan rempah tertentu dan disajikan dengan cara yang berbeda dengan cara menikmati kopi pada umumnya. Tempat ini juga biasa dijadikan sebagai tempat berkumpul sehari-hari masyarakat tanjung pinang. Setelah dari Kadai Kopi Sekanak, peserta Kembali menuju ke Bandara Raji Haji Fisabilillah dan berpisah dengan virtual tour guide sekaligus menandakan selesainya perjalanan wisata budaya dan heritage virtual ke Pulau Penyengat.

Upaya mengedukasi generasi muda melalui wisata edukasi virtual

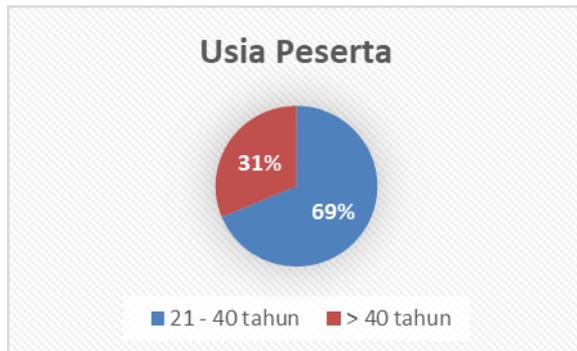
Secara sederhana wisata edukasi dapat diartikan sebagai upaya memberikan wawasan atau pengetahuan baru kepada seseorang dengan mengunjungi suatu daerah tertentu. Dari wawancara yang dilakukan kepada pihak Outing.id didapatkan keterangan bahwa perusahaan tersebut memang berfokus pada kegiatan wisata yang bersifat edukatif dan mengeksplor pengalaman-pengalaman baru kepada wisatawan. Outing.id merupakan pengembangan dari perusahaan rintisan dengan nama WisataSekolah yang pernah meraih predikat Top 3 dalam *Wonderful Startup Academy*, sebuah kegiatan inkubasi perusahaan rintisan yang diadakan oleh Kemenpar pada tahun 2019. Karena wisata edukasi identic dengan kegiatan wisata yang dilakukan oleh para pelajar, itu sebabnya lazimnya kegiatan ini di ikuti oleh wisatawan dengan segmentasi generasi muda.

Menurut pihak Outing.id, pembuatan program virtual tour ke Pulau Penyengat adalah program kegiatan yang seharusnya dilaksanakan secara actual. Fakta sejarah serta beragam kebudayaan melayu yang ada di Pulau Penyengat memang menjadi topik utama yang ingin disampaikan oleh pihak Outing.id kepada wisatawan. Disamping itu juga sejarah tentang kesusaateraan bahasa melayu yang menjadi cikal bakal lahirnya Bahasa Indonesia yang ada di Pulau Penyengat belum banyak diketahui oleh banyak orang terutama para generasi muda. Atas dasar itulah pihak Outing.id membuat program wisata edukasi ke Pulau Penyengat. Namun karena kondisi pandemi memaksa pihaknya untuk melakukan kegiatan tersebut dengan cara virtual dan menawarkan program kegiatan virtual tour ke Pulau Penyengat kepada masyarakat umum yang disebar melalui social media.

Karakteritik Peserta Wisata Virtual Pulau Penyengat

Pemilihan destinasi pariwisata didasari pada proses negosiasi antara kebutuhan wisatawan dan fasilitas yang ditawarkan oleh destinasi. Bekk dkk. (2016) pada penelitiannya mencoba mengikuti ide ini dan mengusulkan model teoritis untuk menguji perilaku wisatawan yang mengenali interaksi dan hubungan antara

destinasi dan karakteristik wisatawan sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku wisatawan.



Gambar 2. Usia peserta yang mengikuti virtual tour Pulau Penyengat
Sumber: Diolah Penulis

Seperti terlihat pada gambar 2, dari 32 responden yang mengikuti virtual tour ke Pulau Penyengat, 22 orang atau sebanyak 68,75% peserta adalah dari generasi millennial (berusia 21 – 40 tahun). Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan virtual tour lebih diminati oleh generasi muda. Jenis kelamin peserta didominasi oleh perempuan. Sebanyak 14 orang atau 64% peserta adalah perempuan, sementara sisanya yaitu 30% atau sejumlah 6 orang adalah peserta laki-laki. Hal ini menunjukkan perempuan lebih tertarik untuk mengikuti virtual tour Pulau Penyengat.

Mengikuti kategori tipe kelompok generasi millennial berdasarkan penelitian IDN Research Institute, maka dapat dikelompokkan peserta yaitu hanya sebanyak 4 orang atau 27% peserta berada dalam kelompok Junior Millennial, sementara sisanya (73%) termasuk dalam kelompok Senior Millennial. Untuk pekerjaan, peserta yang mengikuti kegiatan virtual tour Pulau Penyengat berasal dari latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda. Tercatat sebanyak 12 orang atau sebesar 54,5% peserta didominasi dari pekerja sector swasta. Sementara pekerjaan lainnya yaitu pekerja bebas (*freelancer*) berjumlah 4 orang, Dosen/Guru 3 orang, Aparat Sipil Negara sebanyak 2 orang dan 1 orang lagi berstatus Mahasiswa.

Peserta generasi millennial yang mengikuti kegiatan virtual tour ke Pulau Penyengat juga berasal dari domisili yang beragam. Hal ini disebabkan sumber penyebaran informasi tentang kegiatan virtual tour yang dilakukan oleh penyelenggara melalui media social

(Instagram, Facebook dan Whatsapp) sehingga tidak memiliki batasan wilayah atau *borderless*. Jakarta menjadi kota yang mendominasi domisili peserta dengan jumlah 9 orang, diikuti dari provinsi Kepulauan Riau sebanyak 5 orang, Yogyakarta 3 orang serta Bandung, Bogor, Depok, Tangerang Selatan serta Malang dengan jumlah masing-masing 1 orang.

Penggunaan Platform Video Conference

Program kegiatan virtual tour dapat dilakukan dengan berbagai platform. Secara sederhana menurut Wikipedia, *platform* adalah media atau wadah yang digunakan untuk menjalankan *software*. Terdapat beberapa platform yang dapat digunakan untuk membuat program virtual tour. Sebut saja *platform video conference* seperti *Skype, Google Hangouts Meet, Cisco Webex, Microsoft Teams, Slack, Go To Meeting, Whatsapp, Facetime, FreeConference, Jitsi* dan *Zoom Cloud Meeting*. Diantara sekian banyak platform tersebut, *Zoom* adalah yang saat ini paling populer untuk digunakan oleh para penyelenggara wisata virtual. *Zoom* mengklaim dirinya adalah sebagai pionir dalam komunikasi video perusahaan (enterprise) modern, dengan platform cloud yang mudah dipahami dan andal untuk video and audio *conferencing* dan webinar.

Di dalam penelitian ini penyelenggara *virtual tour* lebih memilih untuk menggunakan *Zoom* sebagai media penyampaiannya. Menurut penyelenggara, *Zoom* lebih familiar untuk digunakan sebagai media penyampaian *virtual tour* karena banyak fitur yang mendukung kemudahan merasakan pengalaman berwisata secara virtual. Keunggulan dan fitur yang ada pada *platform Zoom Cloud Meeting* diantaranya adalah mudah untuk digunakan, keamanan yang terenkripsi, kualitas audio dan video *high definition*, disertai dengan alat kolaborasi bawaan, fitur rekaman, transkrip dan penjadwalan, fitur obrolan tim, fitur *welcome page*, fitur *mute & unmute*, fitur gambar latar serta memungkinkan untuk digunakan hingga 1000 peserta (berbayar) dan memberikan layanan 3 kali pemakaian secara gratis.

Platform Zoom digunakan hanya sebagai media penyampaiannya saja kepada wisatawan virtual. Sementara untuk pengemasan program virtual itu sendiri menggunakan beberapa

aplikasi yang gratis dan dengan mudah bisa didapatkan di internet yaitu *Google Maps*, *Google Earth* dan *Google Creator*. Penambahan media gambar, video dan efek suara terkadang juga diberikan oleh penyelenggara sebagai tambahan untuk mendukung konten wisata virtual.

Motivasi Peserta Millennial Mengikuti Virtual Tour

Motivasi merupakan faktor penentu yang mempengaruhi keputusan para peserta mengikuti kegiatan virtual tour. Dari kuesioner yang diberikan kepada para peserta virtual tour ke Pulau Penyengat, didapatkan jawaban yang menjadi motivasi para peserta millennial sebagai berikut ; Motivasi terbesar yaitu sebanyak 9 orang atau 41% responden memiliki motivasi karena didorong oleh rasa ingin tahu atau penasaran terhadap materi dan gambaran destinasi wisata Pulau Penyengat yang disajikan secara virtual. Keinginan dan kerinduan untuk berwisata menjadi motivasi berikutnya dengan responden sebanyak 7 orang atau sebesar 32%, menambah wawasan dan pengetahuan, mengisi waktu luang, dan ingin mencoba hal yang baru masing-masing sebesar 9%.

PENUTUP

Simpulan

Generasi muda yang berusia 21 tahun hingga 40 tahun mendominasi keikutsertaan pada kegiatan wisata virtual budaya dan heritage ke Pulau Penyengat. Rasa ingin tahu terhadap destinasi pariwisata yang disajikan secara daring dalam bentuk *virtual tour* melalui aplikasi *video conference* menjadi motivasi terbesar para generasi muda ini disamping kerinduan akan berwisata yang saat ini membatasi para peserta karena adanya pandemic Virus Corona Covid-19.

Pengenalan pariwisata budaya dan heritage kepada generasi muda melalui kegiatan wisata edukasi perlu terus diupayakan untuk menghindari hilangnya apresiasi generasi muda terhadap budayanya sendiri dan wisata virtual adalah salah satu media dalam upaya memperkenalkan pariwisata budaya dan heritage.

Saran

Terlepas dari pembatasan penelitian ini yang hanya ditujukan kepada peserta wisata virtual, penelitian lanjutan dirasa perlu dilakukan untuk lebih memahami pengalaman dan karakteristik wisatawan serta mengevaluasi pelaksanaan wisata virtual itu sendiri dalam konteks wisata budaya dan heritage.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, N. (2020). *5 fakta tren wisata generasi milenial Indonesia pada 2019*. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2020/01/16/061800327/5-fakta-tren-wisata-generasi-milenial-indonesia-pada-2019?page=all>
- Bekk, M., Spörrle, M., & Kruse, J. (2016). The Benefits of Similarity between Tourist and Destination Personality. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1008–1021. <https://doi.org/10.1177/0047287515606813>
- Cho, Y. H., Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2002). Searching for experiences: The web-based virtual tour in tourism marketing. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 12(4), 1–17. https://doi.org/10.1300/J073v12n04_01
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). *English Language Teaching*, 12(5).
- Jan, D., Roque, A., Leuski, A., Morie, J., & Traum, D. (2009). A virtual tour guide for virtual worlds. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 5773 LNAI, 372–378. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04380-2_40
- Jiang, X., & Homsey, A. (2008). *Heritage Tourism Planning Guidebook Methods for Implementing Heritage Tourism Programs in Sussex County, Delaware A product of the Coastal Community Enhancement Initiative*. www.ipa.udel.edu
- Khairunnas, J., & Harun, I. (2015). *Inventarisasi Naskah Klasik Kerajaan*

- Lingga. In *Sosial Budaya* (Vol. 11, Issue 1). www.kepriprov.go.id.
- Moore, M. (2012). Interactive media usage among millennial consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 29(6), 436–444. <https://doi.org/10.1108/07363761211259241>
- Orbaslı, A., & Woodward., S. (2009). Tourism and heritage conservation. In *The SAGE handbook of tourism studies* (p. 314). SAGE Publications Ltd.
- Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99–108. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.011>
- Richards, G. (1999). Culture, Cultural Tourism and Identity. *Conference on Sustainable Tourism Development in the Wadden Sea Region*, 53(9), 1689–1699. https://www.academia.edu/5129674/Culture_Cultural_Tourism_and_Identity
- Richards, G. (2013). Tourism development trajectories: From culture to creativity? In *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. <https://doi.org/10.4324/9780203120958>
- Sadq, Z. M., Othman, B., & Khorsheed, R. K. (2019). The impact of tourism marketing in enhancing competitive capabilities. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5). <http://www.ajhtl.com>
- Sangchumnong, A., & Kozak, M. (2018). Sustainable cultural heritage tourism at Ban Wangka Village, Thailand. *Anatolia*, 29(2), 183–193. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1414435>
- Smith, M. K. (2015). Issues in cultural tourism studies: Third edition. In *Issues in Cultural Tourism Studies: Third Edition* (1st Editio). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315767697>
- Timothy, D. J. (2011). Cultural heritage and tourism: An introduction. In *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. <https://doi.org/10.15291/lib.992>
- tom Dieck, M. C., & Jung, T. (2018). A theoretical model of mobile augmented reality acceptance in urban heritage tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(2), 154–174. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1070801>
- UNWTO. (2008). Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel. In *Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284412396>
- UNWTO. (2013). UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition. In *UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284415427>
- Utomo, W. P., Lubis, U. Z., & Sudradjat, S. A. (2019). *Indonesia millennial report 2019*.
- Van Der Merwe, C. D. (2016). Tourist guides' perceptions of cultural heritage tourism in South Africa. *Bulletin of Geography*, 34(34), 117–130. <https://doi.org/10.1515/bog-2016-0039>
- WYSETC. (2016). Affiliate Members Global Report: Volume 13 - The power of youth travel. In *Affiliate Members Global Report: Volume 13 - The power of youth travel*.